

## 時計事業

### “G-SHOCK”ブランドの売り上げ拡大と 自社EC販売比率向上により、安定した利益を実現

デジタルマーケティングにより、“G-SHOCK”ファンコミュニティの運用と拡大を行っています。今後、ユーザー情報をもとにサービスメニューを見直すことで、“G-SHOCK”のロイヤルファンの拡大を進めます。また、自社ECをグローバルで強化することで、より安定した利益の確保を図ります。

#### 独自の市場、唯一無二のブランド“G-SHOCK”

時計市場全体が横ばいの中、世界で約500万人のファン層と約5,000万人の好意層\*を有する“G-SHOCK”は、強固なブランドイメージと独自の市場を確立しています。

国内や欧米・中国では、健康チェックやトレーニングに役立つ“G-SQUAD”「GBD-H1000」の販売が好調に推移しました。また、スクエア型のフルメタルモデル「GMW-B5000」シリーズが引き続き人気を集める中、2020年11月からは“G-SHOCK”の初代アナログ・デジタルコンビネーションモデルをメタル化した「AWM-500」も発売を開始。メタルモデルのラインアップを拡大しています。

今後は、引き続き成長ポテンシャルが大きいと見られるスポーツ・健康市場に加えて、女性市場での売り上げ拡大を

図っていきます。

※出典:当社時計グローバルブランド調査(2020年2月)を活用して推計(31カ国調査)

#### 自社ECをグローバルで強化、販売比率向上へ

自社サイトからのスムーズな購買へつなげるため、自社ECの整備をグローバルで強化。自社サイトとECを統合することで、購入までのステップ短縮・改善や、自社EC専売モデルの展開、ユーザー特性に合わせたメール配信などを行い、特に北米や欧州では自社ECの販売実績が大きく向上しました。

今後はさらにサイトで店舗の在庫情報が見られるなど、ユーザーの利便性向上を図り、2023年度中に売り上げに占める自社EC販売比率を現在の3%から10%へと引き上げていきます。

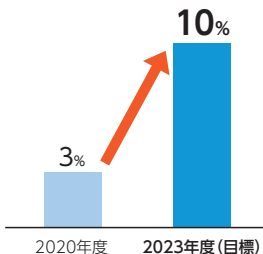


GBD-H1000



GMW-B5000GD

#### 自社EC販売比率



専務執行役員 時計BU 事業部長

増田 裕一

「時計事業は唯一無二のG-SHOCKブランドを核に、独自のポジションを築き、デジタルマーケティングを通じてユーザー一人一人に価値ある体験を提供することを目指します。」



## 教育事業

### オンライン授業の加速を受けソフトを強化 あらゆる教育環境に対応

学校現場での関数電卓の普及を図る「GAKUHAN」と呼ぶ活動を全世界で展開しています。コロナ禍でオンライン授業が加速する中、関数電卓のエミュレータソフト\*や学習ツール「ClassPad.net」など、ソフト面でのツールの提供を行い、ハード(関数電卓)・ソフト両輪での事業展開を進めています。 \*パソコン上に関数電卓を表示し、本体と同様の操作で計算ができるソフトウェア

#### ポルトガルでの取り組み

「グローバルティーチャー賞2020」を受賞したJosé Jorge Teixeira先生と共同で、関数電卓やエミュレータソフトを活用した科学の授業方法をレクチャーする、教師向けのオンラインワークショップを2020年10月にポルトガルで開催しました。

ポルトガルでは、政府主導でSTEM\*教育の強化に向けて、理数系科目の教育の質向上に力を入れています。このワークショップは、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で対面授業ができない教師を支援するために開催され、300名以上が参加。オンラインによる科学の授業でのノウハウを共有しました。また、当社ではエミュレータソフトの無償提供を2021年8月末日まで延長し、教育現場へのサポートを行っています。 \* Science, Technology, Engineering and Mathematics

#### フィリピン、インドネシアでの取り組み

フィリピンでは、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、2020年3月から10月まで学校が休校になりました。こうした事態を受け、フィリピン教育省主催でオンライン授業を行うための教員向け研修プログラムを実施しています。その結果オンライン授業でエミュレータソフトの利用が進み、ダウンロード数は前年度に比べ3倍にまで上昇しました。

また、インドネシアでも関数電卓を使用したオンライン授業の方法をレクチャーするセミナーを全23回開催。先生への支援のみならず、関数電卓がオンライン授業にも適した学習ツールであることを訴求しました。



ワークショップの様子

関数電卓の  
エミュレータソフト

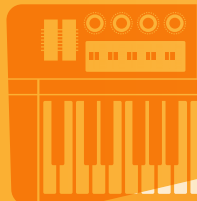
常務執行役員 教育BU 事業部長

**太田 伸司**

「ニューノーマルを見据え、対面/オンラインなどのさまざまな教育環境で活用できる商品やサービスの提供を引き続き積極的に行うことで、教育への貢献を進めてまいります。」



## 楽器事業



# Enjoyment市場を創出 楽器事業のさらなる事業拡大を図る

楽器事業では戦略商品としてSlim&Smartモデルを投入するなど構造改革の推進と新規市場の創出に取り組んでいます。さらに、コロナ禍の巣ごもり需要によって、楽器経験者の再び弾いてみたいというニーズを捉え、10%以上の利益率を達成しました。

### 構造改革の早期完遂

楽器事業の業績回復には、コンパクトで高品質が特長の戦略商品Slim&Smartモデルの“Privia”[PX-S1000]や“Casiotone”[CT-S200]が大きな役割を果たしました。Slim&Smartモデルの強化により、新たな市場の創出だけでなく、従来モデルに比べてより高い利益率を実現しています。

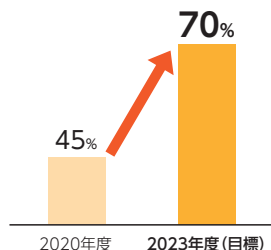
また、開発面では商品ラインアップの効率化や戦略的投資による新音源開発を進め、生産面では生産体制の強化や設計の抜本的改善による省スペース化で物流コストを大幅に削減しました。

さらに、流通網の見直しも図り、主力販売チャネルとして楽器専門流通を強化した他、EC販売も進めました。こうした構造改革を早期に完遂したことが成長事業への転換につながっています。



PX-S1000

### Slim & Smartの売上構成比



### Enjoyment市場の創造

自分自身が音楽や演奏を気軽に楽しむEnjoyment市場は新時代のライフスタイルにマッチしているため、潜在需要も大きく、持続的に成長する市場だと考えています。

Slim&Smartモデルの売上構成比率を高め、[PX-S1000]や[CT-S200]で実現したような、楽器演奏を新たに始めたい、もしくは以前にピアノを弾いていたがまた弾いてみたい、といった潜在需要の掘り起こしを積極的に進めます。さらに、ハードだけではなく、アプリとの連携も進め、一人一人に合った楽しみ方を提供することで、楽器事業を時計、教育に次ぐ第3の成長事業へと育てていきます。

執行役員 楽器BU 事業部長

前田 卓紀

「新しい生活様式や価値観にかない、より多くの人の身近な存在となる楽器や音の制御技術の開発を加速します。独自の付加価値の創造で新市場を創出し、収益力を高めていきます。」



## 新規事業

# アシックスとの価値創造事業が本格始動 一人一人に寄り添ったパーソナルコーチングサービス

人々の健康への意識が高まる中、当社が培ってきたウェアラブルデバイスの開発力やセンシング技術のノウハウと、アシックスが有するスポーツ工学の知見やデータを融合。両社共創の第一弾として、ランナー向けパーソナルコーチングサービス“Runmetrix”を提供しています。

### パーソナライズされたユーザー体験を提供

2021年3月より提供を開始した“Runmetrix”は、両社の強みを生かしたアプリと端末により、初心者から上級者まで、ランナーの目的やレベルに合わせたパーソナルコーチングを行います。モーションセンサーから得た体幹の傾きや骨盤の回転、接地衝撃などランニングに関する20種類以上もの指標をもとにアプリ上でフォームをスコアで表示します。また、ユーザーは3Dアニメーションによって理想のフォームと自分の走りを視覚的に比較しながらアドバイスを受けることができ、改善するとフォームスコアに反映される

ので、モチベーションを向上しつつランニングを楽しむことができます。

### スポーツ&ウェルネスソサエティーの実現へ

スポーツを通して健康で活気ある社会の実現を目指し、今後はランニングのみならず、ウォーキング市場にも展開。2021年10月には共創事業の第二弾としてウォーキングの新サービス“Walkmetrix”の提供も予定しております。なお、両社ではこうした取り組みを積極的に進められるよう、合弁会社の設立を検討しております。

共創により実現する  
ランナー向けの新しい価値



一人一人に寄り添った  
パーソナルコーチング



スマートフォンアプリ  
Runmetrix



モーションセンサー  
CMT-S20R-AS



G-SHOCK  
GSR-H1000AS

執行役員 スポーツ健康  
インキュベーションセンター長

井口 敏之

「デジタル化技術の力で『パーソナライズ化されたサービス利用』を前提とした、スマートウォッチを代表とするセンシング・ウェアラブル機器の提供(SaaS plus a box)により、リカーリング事業型の高収益事業立上げを目指します。」



DX

## DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進体制を強化 ユーザーファーストのビジネスへ

あらゆるものがデジタルでつながる社会。ユーザーコミュニケーションはもちろん、ものづくりもデジタルでつながっていく必要があります。当社は2020年にまずは営業領域のDXの専任組織「デジタルマーケティング部」を発足。さらに、2021年4月より「デジタル統轄部」を新設し、開発、生産、営業、CSなどのバリューチェーン全体をユーザー中心に変革する全社DXの実現を進めています。

### PLM改革によりお客さまの満足度向上へ

DXを全社的に推進している当社は、構造改革の一つとしてPLM(プロダクト・ライフサイクル・マネジメント)改革に取り組んでいます。PLMは製品の企画、設計から生産・販売・廃棄に至るまでのライフサイクル全体における製品情報を一元管理する仕組みです。

例えば、生産では、開発が設計した3次元データを使いコンピューター上で製品の組み立てを検証することで、無駄のない効率的なものづくりが行えます。これは、高い品質の製品を適正なコストで、お客さまが欲しいと思った時に提供できることにつながります。

また、営業では、製品の開発段階から完成イメージを使った販促活動が進められ、ECサイトに3次元データの製品画像をそのまま利用できる、などのメリットがあります。お客さまは、サイト上で製品をあらゆる方向から見ることができ、購入前に十分検討していただくことが可能となります。

こうした取り組みは、効率化による利益貢献だけでなく、お客さまの満足度を向上し、カシオのファンを増やすことを目的にしています。

### 情報収集から購入まで可能なWebサイトに リニューアル

世界中のユーザーと直接つながり、製品やサービスを届ける仕組みである“CASIO Global Marketing System”を構築し、国内よりWebサイトを順次リニューアルしています。今回のリニューアルによって、シンプルなサイト構造に設計し、トップページからすぐに興味のある製品や情報にたどり着けるようになりました。また、Webサイトの閲覧状況に加えて、会員登録情報、ユーザー登録履歴、購入履歴などの情報を統合する仕組みにより、ユーザーが興味を持つ情報が優先して表示されるので、さまざまな情報の中から必要な情報を簡単に入手できます。さらに、EC機能とWebサイトを一元化したため、ユーザーはほしいと思った製品をそ

の場で購入することまで可能となりました。



公式Webサイト

## 働き方改革



### ニューノーマルを見据えた制度や取り組みを通じ組織と人材の活性化を図る

社員それぞれが多様な働き方を選択できるような取り組みを行っています。「在宅勤務」をはじめとした柔軟な勤務形式の導入や自律的なキャリア形成を促す副業・兼業の解禁など、さまざまな制度を導入することで、組織と人材の活性化を図るとともに、持続的に成長できるような風土づくりを進めます。

#### 自由に働き方を選べる3つの新制度を導入

社員それぞれがライフスタイルに合わせた勤務が可能な「在宅勤務」「時差BIZ」「セルフBIZ」の3制度を導入しました。このうち定められた範囲で自由な時間に出社できる「時差BIZ」は、社員の健康・ワークライフバランスを向上させ、効率的に集中できる時間を確保し、仕事に対するパフォーマンスの最大化を図ることが目的です。また「セルフBIZ」の導入により、服装に関するガイドラインが「各自がTPOに合った服装を選択する」に統一されました。自分で考え行動する文化の構築や、情報感度と柔軟な発想を養うなどの効果が期待できます。

#### 3つの新制度

- 1 働く場所の改革 **「在宅勤務」**
- 2 働く時間の改革 **「時差BIZ」**
- 3 働く環境の改革 **「セルフBIZ」**

多様な働き方の実現により  
パフォーマンスの最大化へ



在宅勤務の導入によって、各々が最高のパフォーマンスを発揮できる働き方を実現します。

#### 全社員に対する副業と50歳以上の兼業を解禁

当社では2020年3月から全社員を対象に、業務委託契約や個人事業主として勤務時間外の「副業」を解禁し、50歳以上の社員については、他社に雇用されて勤務する「兼業」を週2日まで認めています。

多様な働き方が可能になるだけでなく、社員が副業や兼業で得た知見や人脈を、本業にフィードバックすることで職務上の視野を広げることや、キャリアの充実につながることも期待できます。

さらに、今後は働く場所の刷新(リノベーション)も予定しており、本社や開発拠点などが次世代に合わせた形となるよう取り組みを進めています。